



**PELATIHAN
PEMBUATAN KEMASAN
PACKAGING UNTUK
MENINGKATKAN
PEMASARAN PRODUK
OLAHAN KACANG
DISKO KECAMATAN
WANGI WANGI
SELATAN KABUPATEN
WAKATOBI**

Anas Sutrisno¹, Umar
Wirahadi Kusuma², Laridan³,
Fatmawati⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Kewirausahaan,
Institut Teknologi dan Bisnis
Muhammadiyah Wakatobi.
Indonesia

Article History

Received : 10 Februari 2022
Revised : 25 Februari 2022
Accepted : 02 Maret 2022
Available Online : 30 Maret 2022

***Corresponding Author :**

Nama : Anas Sutrisno
Email : anassutrisno@itbm
wakatobi.ac.id

Licensed Under a Creative
Commons Attribution 4.0
International License



Abstrak

Pembuatan desain packaging juga memerlukan beberapa pertimbangan agar menjadi sebuah kemasan menjadi efektif yang mampu "menjual", yaitu dengan mempertimbangkan jenis produk Misal: makanan, kerajinan / souvenir, mainan, alat alat / perkakas, barang elektronik, perlengkapan kosmetik. Hal ini menyangkut penentuan karakter desain grafis pendukungnya, warna, tipografi, ilustrasi, sifat produknya, dan lain-lain. Segmen Pasar apakah itu lokal / daerah / regional, pedesaan, perkotaan, internasional / mancanegara. Pelatihan pembuatan kemasan produk olahan Kacang Disko ini untuk memberikan wawasan desain dan bentuk kemasan baru yang membuat produk menjadi lebih bernilai dan aman. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah Metode Presentasi mengenai pengenalan bentuk dan desain *packaging*, Metode Demonstrasi mengenai proses pembentukan dan pemotongan dan Metode Praktik yaitu pembuatan berbagai produk kemasan secara langsung oleh peserta pelatihan. Metode evaluasi dengan mengamati hasil yang diciptakan. Dari hasil yang dicapai terlihat ketrampilan dan kemampuan yang cukup signifikan untuk membuat produk *packaging*, sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan kemampuan peserta. Evaluasi hasil dilihat dari penilaian karya mandiri yang menggambarkan keberhasilan materi yang telah disajikan. Selain itu juga dicermati kinerja dan partisipasi para peserta. Di akhir kegiatan Tim menearing data keberagaman program pada para peserta. Diharapkan agar program pelatihan ini terus diadakan karena sangat dirasakan manfaatnya untuk meningkatkan kualitas produk olahan.

Kata Kunci: Pelatihan, Pembuatan Kemasan (*Packaging*), Kacang Disko

Abstract

Making a packaging design also requires several considerations in order to become an effective packaging that is able to "sell", namely by considering the type of product For example: food, crafts / souvenirs, toys, tools / utensils, electronic goods, cosmetic equipment. This involves determining the supporting graphic design characters, colors, typography, illustrations, product characteristics, and so on. Market segment whether it is local / regional / regional, rural, urban, international / foreign. This training on making packaging for Disco Nuts processed products is to provide insight into new packaging designs and forms that make products more valuable and safe. The methods applied in this activity are the Presentation Method regarding the introduction of packaging shapes and designs, the Demonstration Method regarding the process of forming and cutting and the Practical Method, namely the manufacture of various packaging products directly by the training participants. Evaluation method by observing the results created. From the results achieved, it can be seen that the skills and abilities are quite significant to make packaging products, so it can be concluded that this activity has succeeded in increasing the abilities of the participants. Evaluation of the results seen from the assessment of independent work that describes the success of the material that has been presented. In addition, the performance and participation of the participants were also observed. At the end of the activity the team collected data on the diversity of the program from the participants. It is hoped that this training program will continue to be held because it is very beneficial to improve the quality of processed products.

Keywords: Training, Packaging, Disco Nuts

PENDAHULUAN

Awalnya *packaging* hanya berfungsi sebagai wadah atau bungkus yang berfungsi untuk melindungi atau menutupi atau untuk memudahkan suatu produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, *packaging* dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Dalam perancangan *packaging* tidak hanya sekedar asal merancang saja, tetapi dituntut adanya ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan sebuah *merk* atau produk sehingga tampilan desain mampu "menjual" dan penting juga tampilan *packaging* haruslah menarik dan enak dipandang untuk menarik hati konsumen.

Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan "packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product" yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya.

Menurut Titik Wijayanti (2012), Kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu:

- a. Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk.
- b. Memberikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang ditoko.
- c. Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk.
- d. Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
- e. Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2012), Kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Beberapa faktor yang memiliki kontribusi penggunaan kemasan sebagai alat pemasaran :

- a. Swalayan, kemasan yang efektif melaksanakan tugas dalam penjualan: menarik perhatian, menggambarkan fitur produk, menciptakan keyakinan konsumen, dan membuat kesan menyenangkan.
- b. Kekayaan Konsumen, peningkatan kekayaan konsumen membuat mereka bersedia membayar lebih besar untuk kenyamanan, penampilan, keandalan, dan gengsi kemasan yang lebih baik.
- c. Perusahaan dan Citra Merek, kemasan mempunyai peran terhadap pengakuan segera atas perusahaan atau merek.
- d. Peluang Inovasi, kemasan yang inovatif dapat membawa manfaat besar bagi konsumen dan laba bagi para produsen.

Jadi secara umum fungsi kemasan adalah untuk melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk. Kemasan identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan. Selain itu kemasan juga dapat meningkatkan efisiensi, seperti: memudahkan penghitungan, memudahkan pengiriman dan penyimpanan. Kemasan juga dapat berfungsi sebagai media

komunikasi suatu citra tertentu. Contohnya, produk-produk benda kerajinan. Dari kemasannya orang sudah dapat mengenali rasanya, walaupun tidak ada pesan apa-apa yang ditulis pada bungkus tersebut, tapi kemasannya mengkomunikasikan suatu citra yang baik. Pembuatan desain packaging juga memerlukan beberapa pertimbangan agar menjadi sebuah kemasan menjadi efektif yang mampu “menjual”, yaitu dengan mempertimbangkan jenis produk. Misal: makanan, kerajinan/souvenir, mainan, alat-alat/perkakas, barang elektronik, perlengkapan kosmetik. Hal ini menyangkut penentuan karakter desain grafis pendukungnya, warna, tipografi, ilustrasi, sifat produknya, dan lain-lain.

Segmen Pasar apakah itu lokal / daerah / regional, pedesaan, perkotaan, internasional / mancanegara. Hal ini akan berpengaruh pada penentuan desain grafis dan material / bahan untuk kemasannya, misal: dari kertas, kayu, plastik, bahan natural, kain, fiber, kulit, dan lain-lain. Harga Jual Produk, murah, sedang, mahal. Hal ini berkaitan dengan segmen pasar : kelas bawah-menengah atas-eksklusif. Sifat Produk: konsumtif, gift /souvenir, produk massal, produk pakai, dan lain-lain. Ukuran Produk: besar, sedang, kecil. Berat Produk: berat, sedang, ringan. Konstruksi: segi kemudahan (*simplify*). Segi kekuatan Segi keamanan. Dengan mengetahui hal-hal tersebut di atas, kita dapat menentukan bentuk, bahan / material, elemen estetis, warna, tipografi, ilustrasi, dan lain-lain, sehingga kemasan dapat sesuai dengan produk dan sekaligus dapat sebagai media komunikasi / promosi yang mendorong penjualan.

Selain mempertimbangkan daya tarik atau dapat juga disebut dengan nilai estetika kemasan, ada beberapa hal yang harus dipenuhi dalam perancangan desain kemasan, antara lain:

1. Kemasan harus menonjol. Kalau kemasan tidak atau kurang menonjol maka ia akan kehilangan fungsinya, karena suatu produk harus bersaing dengan berpuluh-puluh produk lainnya dalam kategori yang sama di tempat penjualan. Salah satu cara adalah dengan penggunaan warna yang cermat, karena konsumen melihat warna jauh lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa. Dan warnalah yang pertama kali terlihat bila produk berada di tempat penjualan. Warna yang terang akan lebih terlihat dari jarak jauh, karena memiliki daya tarik dan dampak yang lebih besar.
2. *Contents* (Isi) Kemasan harus dapat memberikan informasi tentang isi kemasan dan apa yang terkandung dalam produk. Adanya kemasan/ *packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi / promosi yang mendorong penjualan, karena packaging pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan *packaging* akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk.

Produk-produk olahan oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi memerlukan perhatian dalam hal pengemasannya. Sayangnya pengetahuan tentang variasi bentuk kemasan yang

menarik dan sesuai dengan fungsinya masih belum dipahami oleh Pelaku usaha. Masih banyak yang belum mengetahui tentang kemasan yang baik dan aman, informasi apa saja yang harus dicantumkan dalam sebuah kemasan, serta teknik pengemasan dan desain kemasan yang menarik. Berdasarkan latar belakang akan pentingnya fungsi kemasan di atas, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh TIM PkM dari Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Wakatobi berupa pelatihan pembuatan kemasan */packaging* produk olahan ini perlu untuk dilaksanakan, untuk memberikan wawasan para pelaku usaha tentang desain dan bentuk kemasan baru yang membuat produk menjadi lebih bernilai dan aman. Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari kegiatan pelatihan ini adalah:

- a. Untuk mengetahui proses pembuatan kemasan produk olahan berupa Kacang Disko oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi.
- b. Untuk mengetahui alat dan bahan yang digunakan dalam dalam pembuatan kemasan produk Kacang Disko oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi.
- c. Untuk melatih Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi membuat kemasan produk olahan.
- d. Memberikan keterampilan pembuatan kemasan produk olahan Kacang Disko oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan pembuatan kemasan produk Kacang Disko oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah presentasi, demonstrasi, dan praktik secara individu maupun kelompok.

1. Metode presentasi.
Metode ini digunakan untuk menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan manfaat, fungsi, bahan alat, bagaimana cara membuat kemasan produk, mulai dari awal sampai akhir.
2. Metode Demonstrasi.
Metode ini digunakan untuk mempertunjukkan cara pembuatan kemasan produk kerajinan. Diharapkan dengan adanya metode ini para peserta dapat mempraktikkan langsung membuat kemasan sesuai dengan prosedur pembuatan produk olahan kue.
3. Metode Praktik.
Metode ini dilakukan untuk melatih Kacang Disko oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi dalam membuat

kemasan. Metode ini dilakukan agar para santri tersebut mempunyai pengalaman langsung tentang pembuatan kemasan produknya.

4. Langkah-langkah Kegiatan
 - a. Tim pelaksana menyampaikan manfaat dan pentingnya fungsi kemasan pada peserta pelatihan.
 - b. Tim pelaksana mempertunjukkan alat dan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kemasan.
 - c. Tim pelaksana mempertunjukkan contoh-contoh kemasan dari berbagai bahan
 - d. Tim pelaksana mendemonstrasikan proses pembuatan kemasan mulai dari pembuatan desain, pembentukan, dan finishing akhir.

HASIL PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 01 September 2021, di laksanakan kegiatan bertempat di aula kantor kecamatan wangi-wangi selatan Kabupaten Wakatobi. Pelatihan ini diikuti sejumlah 41 orang yang terdiri dari ibu-ibu pelaku usaha dan masyarakat yang ada disekitar Kantor Kecamatan.

Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh TIM PkM dari Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Wakatobi dalam membuat kemasan Kacang Disko yang dilakukan oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi terdapat beberapa tahapan yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Awal

Pada tahap ini adalah mempersiapkan bahan – bahan dan peralatan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan berupa ;

- Kacang Tanah
- Toples ukuran besar, sedang dan kecil
- Staples
- Solasi
- Gunting
- Cutter

2. Tahap Inti

– Pada tahap ini, disampaikan materi pengantar manfaat pengemasan, pengarahan *mindset* peserta akan pentingnya kemasan bagi produk.

- Instruktur menyampaikan secara teknis proses pengemasan yang baik. Tahap ini merupakan proses pengemasan yaitu dengan praktik mengemas, peserta dibagi menjadi 13 kelompok, masing-masing kelompok mengerjakan dan berkreasi
3. Tahap Akhir
- Pada tahap ini pengemasan sudah selesai, masing-masing kelompok menunjukkan kreativitasnya masing-masing

Gambar : Pelatihan Pembuatan Kemasan *Packaging* Ibu-Ibu Rumah Tangga Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi



KESIMPULAN

Pelatihan Pembuatan Kemasan (*Packaging*) yang dilakukan oleh TIM Program PkM dari Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Wakatobi Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kacang Disko oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi sebagai upaya pemberian bekal kemampuan Ibu Ibu Rumah Tangga ketika sudah melakukan usaha. Dengan keterampilan Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam pengemasan, akan menjadi salah satu pelengkap kompetensi mereka ketika terjun dalam masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana kegiatan PkM mengucapkan terima kasih kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Wakatobi yang telah banyak memberikan dukungan dan support atas terlaksananya kegiatan ini. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih kepada pihak mitra, Pemerintahan Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi yang telah ikut berpartisipasi baik itu Para

pelaku Usaha maupun seluruh Masyarakat yang terlibat baik secara langsung maupun tidak pada kegiatan pengabdian ini.

PUSTAKA

- Irhan Bungin, (2003) ANALISIS DATA DAN PENELITIAN KUALITATIF: PEMAHAMAN FILOSOFIS DAN METODOLOGIS KE ARAH MODEL APLIKASI, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, , hlm. 68-69.
- R. Abdullah ET Pratiwi, IK Dewi, LOD Abdullah, Ernawati Malik. (2020) RELATIONSHIP OF ECONOMIC VULNERABILITY WITH THE ACTION OF CRIMINAL VIOLENCE ON HOUSEHOLD WOMEN. /2/2
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). PRINCIPLES OF MARKETING. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2012). MARKETING MANAGEMENT, 14th Edition United States of America : Pearson
- Wijayanti, Titik, (2012), MARKETING PLAN! DALAM BISNIS SECOND EDITION, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.